

## PARECER Nº , DE 2020

Da COMISSÃO DE TRANSPARÊNCIA, GOVERNANÇA, FISCALIZAÇÃO E CONTROLE E DEFESA DO CONSUMIDOR, em decisão terminativa, sobre o Projeto de Lei nº 97, de 2020, do Senador Ciro Nogueira, que *altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para impor ao fornecedor o dever de informar o preço de produto ou serviço ofertado por meio de redes sociais, e vedar a oferta de produtos ou serviços com preços diferenciados em razão de perfis ou características individuais de consumidores apuradas nessas redes.*



Relator: Senador **STYVENSON VALENTIM**

### I – RELATÓRIO

Esta Comissão examina, em decisão terminativa, o Projeto de Lei (PL) nº 97, de 2020, de autoria do Senador Ciro Nogueira, que impõe ao fornecedor o dever de informar o preço de produto ou serviço ofertado por meio de redes sociais, e veda a oferta de produtos ou serviços com preços diferenciados em razão de perfis ou características individuais de consumidores apuradas nessas redes.

A proposição é estruturada em dois artigos.

O art. 1º altera a redação da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, Código de Defesa do Consumidor (CDC).

Ao art. 37, é adicionado § 5º para determinar que a oferta de produto ou serviço por meio de rede social informe o preço do produto ou serviço ofertado. Ao art. 39, é acrescido inciso XV para caracterizar como prática abusiva a oferta de um mesmo produto ou serviço com preços diferenciados em razão de perfis ou características individuais de consumidores apuradas em redes sociais. Foi proposta nova redação para o

§ 1º do art. 66 com o fim de incluir que incorrerá nas mesmas penas quem violar o disposto no art. 37, XV, da norma consumerista.

O art. 2º estipula que a lei que decorrer de eventual aprovação do projeto passará a vigor após decorridos noventa dias de sua publicação.

Ao justificar a proposta, o autor alega que os dados pessoais fornecidos pelo consumidor de forma voluntária em redes sociais podem ser utilizados em seu desfavor. Isso porque uma estratégia do fornecedor pode ser a cobrança de preços diferenciados. Para coibir essa prática, o Senador Ciro Nogueira impõe ao fornecedor a informação do preço na oferta de produto ou serviço efetuada por meio de rede social, além de proibir a cobrança de preços diferenciados.

O projeto de lei em referência foi distribuído a esta Comissão, em decisão terminativa.

Não foram oferecidas emendas ao PL nº 97, de 2020.

## II – ANÁLISE

Incumbe a esta Comissão pronunciar-se acerca do mérito de assuntos relativos à defesa do consumidor, de acordo com o disposto no art. 102-A, inciso III, do Regimento Interno do Senado Federal (RISF). Este colegiado avalia, também, a constitucionalidade, juridicidade e regimentalidade do projeto, uma vez que, nesta Casa, ela será examinada unicamente nesta Comissão.

No tocante à constitucionalidade, a proposição cuida de tema referente a consumo, inserido na competência legislativa concorrente da União, dos Estados e do Distrito Federal, conforme prevê o art. 24, inciso V, da Constituição Federal (CF). Reza o seu § 1º que, no âmbito da legislação concorrente, a competência da União restringe-se a determinar tão somente normas gerais, tal qual a proposta em exame.

O projeto guarda harmonia com as disposições atinentes às atribuições do Congresso Nacional e à legitimidade da iniciativa legislativa dos parlamentares (CF, arts. 48 e 61). Ademais, a proposição não contraria quaisquer dispositivos da Carta de 1988.



Relativamente à juridicidade, a proposta cumpre as condições de inovação, efetividade, espécie normativa adequada, coercitividade e generalidade.

No que tange à regimentalidade, o PL nº 97, de 2020, está redigido em termos concisos e claros, dividido em artigos, parágrafos e incisos, encimada por ementa e acompanhada de justificação escrita (RISF, arts. 236 a 238). Além disso, foi encaminhado para a apreciação do colegiado competente (RISF, art. 102, inciso III).

Portanto, estão atendidos os requisitos de constitucionalidade, juridicidade e regimentalidade do PL nº 97, de 2020.

Para a apreciação de mérito, sob o enfoque consumerista, mencionem-se alguns dispositivos do CDC.

De modo propositado, modificamos a ordem de análise dos dispositivos objeto de alteração, iniciando pelos arts. 39 e 66, e somente depois, o art. 37.

Assim, julgamos oportuno o art. 39, o qual propõe que a oferta de um mesmo produto ou serviço com preços diferenciados em razão de perfis ou características individuais de consumidores apuradas em redes sociais seja incluída como prática abusiva. Entendemos que essa disposição coíbe, de maneira eficaz, tal prática.

Ademais, a alteração introduzida pelo projeto no art. 66 do CDC tipifica como crime contra as relações de consumo a oferta de um mesmo produto ou serviço com preços diferenciados em razão de perfis ou características individuais de consumidores apuradas em redes sociais, com pena de detenção de três meses a um ano e multa. Consideramos apropriada a inserção desse dispositivo no art. 66, pois este artigo inibe a afirmação falsa ou enganosa, bem como a omissão de dado relevante sobre preço e outras características.

Passemos, então, ao exame do art. 37, ao qual foi acrescentado § 5º para definir que a oferta de produto ou serviço por meio de rede social deve informar o preço do produto ou serviço ofertado.

Para tanto, recorde-se que a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de preço, além de outros dados, constitui direito básico do consumidor (CDC, art. 6º, inciso



III). Já o art. 31, *caput*, do código consumerista impõe ao fornecedor o dever de informar, clara e ostensivamente, sobre o preço e outros aspectos relevantes de produto e serviço ofertado.

Por sua vez, mencione-se a Política Nacional das Relações de Consumo, insculpida no art. 4º, *caput*, do CDC, cujos objetivos são o atendimento das necessidades dos consumidores, a proteção de seus interesses econômicos, assim como a transparência e harmonia das relações de consumo, dentre outros. Além disso, um de seus princípios basilares é o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo (inciso I).

A nosso ver, a regra proposta no art. 37 está em perfeita consonância com os arts. 4º, 6 e 31, razão pela qual essa disposição é cabível.

Portanto, reputamos meritório o PL nº 97, de 2020, porquanto concorre inegavelmente para o aperfeiçoamento da defesa do consumidor em nosso País.

Sem embargo, a proposição merece alguns reparos, conforme passamos a expor. Para tanto, entendemos indispensável a apresentação de emenda ao projeto.

Conforme apontado anteriormente, é indubitável a pertinência da imposição ao fornecedor sobre o dever de informar o preço de produto ou serviço ofertado por meio de redes sociais. No entanto, parece-nos mais proveitoso incluir essa disposição no art. 31, que cuida da oferta, do que no art. 37, que trata da proibição das publicidades enganosa e abusiva. Assim, propomos o acréscimo de § 2º ao art. 31, e não, de § 5º ao art. 37. Antes, porém, cabe discutir o teor desse dispositivo, o qual determina que a oferta de produto ou serviço por meio de rede social deve informar o preço do produto ou serviço ofertado.

Ainda, em relação à técnica legislativa, o art. 7º, inciso IV, da Lei Complementar nº 95, de 26 de fevereiro de 1998, que versa sobre a elaboração, a redação e alteração das leis, recomenda que o mesmo tema não poderá ser disciplinado por mais de uma lei. Nesse sentido, cumpre-nos assinalar o advento da Lei nº 13.543, de 19 de dezembro de 2017, que acrescentou inciso III ao art. 2º da Lei nº 10.962, de 11 de outubro de 2004, que *dispõe sobre a oferta e as formas de afixação de preços de produtos e serviços ofertados*, para estabelecer, no comércio eletrônico, a divulgação ostensiva do preço à vista, junto à imagem do produto ou descrição do



serviço, em caracteres facilmente legíveis. No entanto, essa regra não é aplicável à oferta realizada por meio de rede social. Assim, é mister impor esse dever para que o consumidor receba a oferta de produtos ou serviços ofertados, sempre associada ao devido preço à vista.

### III – VOTO

Ante o exposto, somos pela constitucionalidade, juridicidade e regimentalidade do Projeto de Lei nº 97, de 2020, e, no mérito, pela sua aprovação, com a emenda a seguir indicada.

#### EMENDA Nº – CTFC

Dê-se ao art. 1º do Projeto de Lei nº 97, de 2020, a seguinte redação:

“Art. 1º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar com as seguintes alterações, renomeando-se o parágrafo único do art. 31 como § 1º:

‘Art. 31. ....

.....

§ 2º A oferta de produto ou serviço por meio de rede social a consumidores específicos deve informar o preço do produto ou serviço ofertado, de maneira ostensiva, em caracteres facilmente legíveis, e o preço do mesmo produto ou serviço ofertado ao público em geral, nos termos do art. 2º, inciso III, da Lei nº 10.962, de 11 de outubro de 2004.’ (NR)

‘Art. 39. ....

.....

XV – ofertar um mesmo produto ou serviço com preços diferenciados em razão de perfis ou características individuais de consumidores apuradas em redes sociais.

.....’ (NR)

‘Art. 66. ....

§ 1º Incorrerá nas mesmas penas quem patrocinar a oferta ou violar o disposto no art. 39, XV, desta Lei.

.....’ (NR)”



Sala da Comissão,

, Presidente

, Relator



SF/20645.78972-26